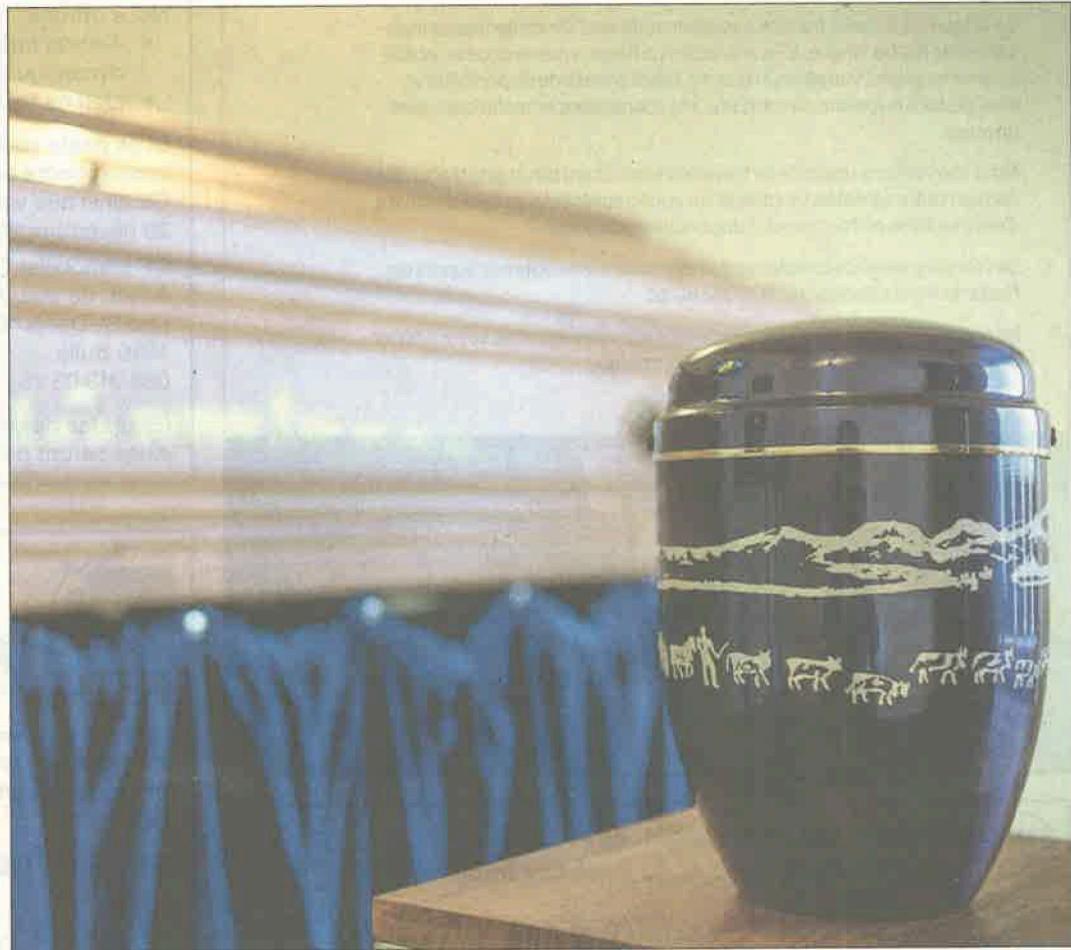


# Une poya pour transhumer vers l'au-delà

**ROMONT • Ruffieux & Fils Pompes funèbres propose désormais d'orner les cercueils et les urnes d'une poya stylisée. Objectif: se démarquer et gagner du terrain sur un marché où point un début de concurrence.**



Les poyas transposées par Mehdi Ruffieux, directeur de l'enseigne romontoise, connaissent un certain succès auprès des familles paysannes. ALAIN WICHT

## STÉPHANE SANCHEZ

Finement découpées, de petites silhouettes dorées s'égrainent sur le bois de sapin, figurant des vaches, quelques chèvres, un train de chalet et un armailli en route vers l'alpage. Une poya, sur des cercueils? «C'est vrai, c'est un peu étonnant», sourit Mehdi Ruffieux, directeur et associé de Ruffieux & Fils Pompes funèbres, à Romont. «Mais c'est notre patrimoine et il parle aux gens de la région. Cela fait un an que nous proposons ces poyas ornementales, sur les urnes ou sur les cercueils: 90% de notre clientèle issue du milieu agricole est séduite au premier coup d'œil; elle ne cherche même pas à connaître le reste de notre offre.»

«Ça plaît parce que la réalisation est discrète et digne, sans exubérance. Personne ne s'est dit choqué», poursuit Mehdi Ruffieux, concepteur de ces «stickers» funéraires. Le motif s'inspire de l'une des œuvres de sa grand-mère maternelle, Agnès Rey, qui avait exposé

ses poyas à plusieurs reprises, notamment au Musée de Charmey. «J'ai numérisé, vectorisé et épuré le tableau. Mais c'est une machine qui découpe ce motif dans des bandes adhésives, qu'on peut ensuite coller sur les flancs des cercueils ou des urnes.» Un «plus» qui majore d'environ 200 francs le prix du cercueil ou de 50 francs celui de l'urne, de toute façon décorée.

«On pourrait même envisager d'autres motifs plus personnels, pour autant que les familles nous transmettent un modèle suffisamment tôt. Cette personnalisation se fait déjà en matière de monuments funéraires, où les marbriers ont depuis longtemps recours à des sculpteurs», observe Mehdi Ruffieux.

## Passer les frontières

Si la technologie mise en œuvre n'est pas révolutionnaire, l'investissement (5000 francs environ) et la démarche de l'entreprise funéraire traduisent quant à

eux une volonté nouvelle: celle, avouée, «de se démarquer» sur un marché saturé, explique Mehdi Ruffieux, l'un des très rares professionnels du canton à détenir, depuis 2010, un brevet fédéral d'entrepreneur de pompes funèbres.

## «Ça plaît parce que la réalisation est discrète, sans exubérance»

MEHDI RUFFIEUX

Le presque quadragénaire, actif depuis 1998, ne le cache pas: la structure de l'entreprise familiale, avec quatre employés à plein-temps et quatre auxiliaires, pourrait faire face à une demande supplémentaire. Mais celle-ci stagne, malgré l'évolution démographique de la Glâne: «Le nombre de décès stagne depuis plusieurs années, avec une variation de 10%»

D'où l'idée d'élargir le rayon d'action. «Dans l'esprit des gens, chaque entreprise de pompes funèbres est comme confinée à un territoire. Mais c'est faux. Nous pouvons intervenir dans tous les districts limitrophes, ainsi qu'en terres vaudoises. Et ceci pour les familles de toutes les confessions ou croyances.»

## Des rites en mutation

Pour l'heure, l'offre «poya» est un atout plutôt modeste, dans un secteur où les occasions de se distinguer restent minces. «Les tarifs des levées de corps sont fixés par l'Etat. Et depuis 40 ans, le prix de vente des cercueils est resté stable, à 100 francs près. Pour cela, nos fournisseurs suisses vont s'approvisionner de plus en plus loin. Sur le plan des prestations funéraires - donc sans compter les services fournis par des

tiers, comme les fleurs, les monuments, les collations ou les avis mortuaires - le coût d'un enterrement reste dans une fourchette de 3000 à 4500 francs, qui a très peu évolué en 40 ans», souligne Bernard Ruffieux, administrateur de l'entreprise. «Par contre nos charges ont augmenté.»

Bernard Ruffieux insiste sur l'évolution du service, de plus en plus complexe: «Les rites évoluent. Environ 20% des cérémonies se font dans l'intimité, ce qui nous oblige à trouver des locaux adaptés. Entre 10 et 15% des clients optent pour une célébration sans communion, laïque. Près du quart de nos clients (soit le double d'il y a deux ans) concluent une prévoyance funéraire. Dans ce contexte, nous sommes surtout devenus des conseillers, à l'écoute, qui proposent un service sur mesure. C'est cette approche, relayée par le bouche-à-oreille, qui reste notre principal argument.»